

Internet a SuperStar v Česku

Michal Chleboun

První vlnu šílenství kolem hledání první české superstar máme úspěšně za sebou a internet nemohla tato událost minout. Naopak internet u příležitosti soutěže Česko hledá SuperStar dokázal, že je plnohodnotným médiem – přejal všechny vlastnosti, které klasická média vykazují. Informace o průběhu soutěže, o soutěžících, komentáře a další žánry byly k vidění v podstatě v každém koutě internetu bez ohledu na „normální“ obsah serverů.

Všichni zkrátka pochopili, že se z tématu dá vytěžit maximum, alespoň co se upoutání momentální pozornosti týká. Pro všechny to totiž bylo nosné téma. To, co začalo jako nevinný experiment na televizní stanici, rázem pohltilo všechno, co umělo komunikovat. Pro internet tedy ideální stav, aby se po bok ostatních médií zařadil.

Vlastní stránky soutěže

Už oficiální stránky soutěže, umístěné v rámci webu televize Nova (superstar.nova.cz), přinesly zajímavý fenomén v podobě hlasování o hvězdnou pěchotu. Internet byl totiž jediným místem, kde bylo možné do výběru nejoblíbenějšího z neúspěšných zasáhnout. Web tak poskytl rozšíření hlavní soutěže, které bylo českým příspěvkem k licencovanému formátu a na které ve „vážném“ hlasování nezbylo místo.

Čísla, kterých hvězdná pěchota dosáhla, byla sice v porovnání se sledovaností televize podstatně nižší, vedle soutěží, jež nabízejí alespoň SMS alternativu, to byl pro internet počín téměř průkopnický.

Velké servery

Prakticky všechny velké servery připravily k soutěži speciální přílohy (mimo jiné Novinky, iDnes), centrum dokonce dvě (jednu na Lidovkách, druhou v sekci Zábava). Přestože to z hlediska běžné praxe není nic výjimečného a portály i zpravodajské servery připravují přílohy k mimořádným událostem, časové období, po které musely být ve střehu v souvislosti se SuperStar, bylo enormně dlouhé, a pokud by měly velké servery ambice sledovat dění kolem soutěže skutečně soustavně, nemohly by přestat zároveň s vyhlášením vítězky. V tom se internet ostatně velmi přiblížil klasickým médiím, která témata sledují intenzivně, dokud poptávka po informacích nedosáhne vrcholu, pak už se téma stává okrajovějším a okrajovějším...

Takový průběh nemělo pochopitelně sledování akce na všech serverech, pro některé z nich, které se věnují celebritám a společenským tématům, teprve začalo řemeslo sledování nově stvořených hvězd. Výjimku mezi výše uvedenými tvoří snad jedině iDnes, jenž ve sledování tématu pokračoval poměrně intenzivně i po skončení soutěže.

Malé servery

Nové téma vzaly za své i servery, které buď s vývojem soutěžního dramatu teprve vznikaly, nebo už existovaly před soutěží, ale jejich návštěvnost nebyla nijak zajímavá. Jde zejména o servery poloamatérské až amatérské či dokonce o jednoduché osobní stránky, jejichž autoři měli pocit, že mají k tématu co říci. Zvláštní druh mezi nimi tvořily takové, které soustřeďovaly odkazy na všechno, co se týkalo soutěže – články, ankety, fotografie,

rozhovory s jednotlivými finalisty, ... (například www.dido.cz). Internet se stal na několik měsíců skutečnou multimediální přehlídkou veskrze monotematickou. Fanouškovské stránky měla jak celá soutěž, tak i jednotliví soutěžící, a to jak finalisté, tak poražení (www.langerova.tk, <http://3538.wz.cz>, <http://1098.wz.cz>, <http://1007.wz.cz>).

Je až s podivem, kolik nových domén třetího řádu se vyrojilo a kolik stránek vzniklo jen kvůli soutěži (<http://superstar.bohlelav.cz>, <http://superstar.osobnosti.cz>, <http://superstar.chcitebe.cz>, <http://superstar.webz.cz>, <http://superstar.nacesty.cz>). Ostatně úspěch „české Dido“, Aničky Gleisnerové (generála Hvězdné pěchoty) je důkazem toho, jakým způsobem uměl internet nejen reflektovat společenskou událost, ale dokonce promluvit do jejího vývoje – původně patrně recesisticky myšlená akce vedla k tomu, že se jedna z mnoha neúspěšných stala známou a populární, a možná ještě víc než kdokoli z deseti finalistů – soudě podle fanklubů vzniknuvších po celém českém internetu (např. <http://superstar.xcars.cz>, <http://dajdou.prikryl.info>).

Blogy

K soutěži se prostě musel vyjádřit každý a nestačilo, že si v neděli tipl poraženého či vítěze. SuperStar byla zlatým obdobím blogů. Kdo totiž neměl potřebu sdělovat své názory předtím, než se na pódiu v pražské Brumlovce ocitlo deset finalistů, cítil, že se superstar přichází šance věc změnit. Více než kdy jindy tu totiž byl námět pro komentáře reprezentované jednotlivými příspěvky blogů, tu jednoduše popisující průběh večera, jinde hodnotící či předpovídající.

Interaktivita

Ti, kdo si v průběhu soutěže nevytvořili vlastní stránku nebo neměli svůj deníček, mohli pravidelně vyjadřovat své názory v diskusích, pravidelném doplňku zpravodajských serverů. Také tady superstar zabodovala a počty příspěvků na největších serverech (pochopitelně záleželo na konkrétním tématu) dosáhly v mnoha případech stovek až tisíců. Kromě toho se mohli uživatelé „potkávat“ s jednotlivými finalisty v pravidelných chatech na oficiálních stránkách klání a iDnes.

Referery

Skutečnost, že mnohé servery agregovaly odkazy namísto zveřejňování původního obsahu, s sebou přinesla další významný fenomén. Na přelomu letošního jara a léta stačilo jen zveřejnit zmínku o čemkoli, co se soutěží Česko hledá SuperStar souviselo, a pilní střadatelé odkazů už zařídili, že na server, který se tématu věnoval jen okrajově, přišlo ze dne na den velké množství lidí. Nejmenovaný pivní server zveřejnil počátkem dubna článek o účinkování Anny Gleisnerové v reklamě na pivo Bernard – a návštěvnost oproti standardním tématům byla během několika dnů zhruba dvacetinásobná. Vzhledem k tomu, že odkazy na nejrůznější obsahové typy se často křížily, provoz na internetu musel být ve dnech největšího šílenství poměrně zajímavý.

Žebříčky hledaných slov

Není divu, že při takovém zájmu o průběh výběru finalistů i vlastního finále promluvílo téma superstar výrazně do žebříčků nejvyhledávanějších slov. Na portálu Seznam.cz například hledalo ke konci června za jeden den klíčové slovo *superstar* přes 50 tisíc lidí, než ho už o týden později na nejvyšší příčce nahradila letní témata. I to svědčí o ústupu zájmu o událost,

kteřá několik měsíců naplňovala média novým atraktivním obsahem, poté, co klání došlo k rozuzlení. Ještě uprostřed července byla však v aktuálně zveřejněném žebříčku nejhledanějších slov na Seznamu fráze *superstar* na druhém místě po *last minute*, nejhledanější z finalistů Sámer Issa předstihl na 44. místě i melodie a amatéry...

Další útvary

Exkurze do českého internetu v době soutěže Česko hledá SuperStar by nebyl úplný, kdybychom nezmínili ještě jiné tvary, které se ruku v ruce se zpravodajsko-publicistickými žánry na webu objevily a které ostatně provázejí internet odjakživa – totiž stránky využívající popularity soutěžících ke zvyšování návštěvnosti erotických serverů, stránky zesměšňující, ironizující (např. hra, kde si uživatel může jako Anička „Dajdou“ zastřílet na porotu) a další.